

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра теории государства и права

**Значение информационных технологий
в развитии гражданско–правовых отношений
(на примере электронной коммерции)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 431 группы
направления подготовки 40.03.01 «Юриспруденция»
юридического факультета
Казакова Дмитрия Алексеевича

Научный руководитель
доцент, канд. филос. наук,
доцент
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

С.В. Стрыгина
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой
доцент, канд. юрид. наук
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Н. В. Тюменева
инициалы, фамилия

Саратов 2022 год

Введение. В настоящее время интернет является основным двигателем мировой экономики и инновационного прогресса. Сеть интернет используются для ведения бизнеса. Использование информационных технологий в коммерческом обороте экономит время и создает преимущества как для потребителей, так и для предпринимателей. Это послужило появлению такой сферы экономической деятельности как электронная коммерция, которая стала неотъемлемой частью современной экономики и общества в целом, и, следовательно, вопросы правового регулирования данной сферы приобретают особую актуальность.

Необходимость теоретического осмысления и анализа юридических норм, регламентирующих отношения в сфере электронной коммерции, в том числе с участием интернет-агрегаторов в системе общественных отношений, обусловлена в первую очередь целью защиты прав и законных интересов участников данных отношений, среди которых особое внимание со стороны государства должно уделяться потребителям, которые в настоящее время активно участвуют в отношениях в сфере электронной коммерции.

В 2021 г. российский рынок онлайн-торговли (e-commerce) остался самым быстрорастущим сегментом ритейла. По данным исследования M.A.Research, в 2021 г. оборот рынка онлайн-торговли вырос на 32%, до 4,2 трлн руб., в том числе внутренняя онлайн-торговля выросла на 34%. Драйверами роста остаются агрегаторы интернет торговли, динамика которых значительно выше среднерыночного показателя.¹

Несмотря на значительное развитие данной сферы рынок электронной коммерции остается плохо урегулированным отечественным законодательством и не отвечает вызовам современности.

Целью исследования является определение сущности электронной коммерции и её составных элементов, а также агрегаторов в электронной

¹Российский рынок e-commerce вырос на 34% в 2021 году. [Электронный ресурс] URL:<https://ma-research.ru/novosti-issledovaniy/item/327-rossijskij-rynok-e-commerce-vyros-na-34-v-2021-godu.html>

коммерции с точки зрения Российского и зарубежного права. Для достижения этой цели поставлены следующие задачи:

1. Определить понятие и содержание электронной коммерции
2. Рассмотреть категории и виды электронной коммерции
3. Проанализировать правовое регулирование электронной коммерции в России и за рубежом
4. Определить понятие и виды агрегаторов в электронной коммерции
5. Установить правовой аспект деятельности агрегаторов в электронной коммерции
6. Выявить проблемы правосубъектности агрегаторов в электронной коммерции.

Объект исследования. Объектом исследования выступают общественные, складывающиеся в процессе формирования электронной коммерции посредством информационных технологий.

Предмет исследования. Предметом выступает динамика развития электронной коммерции посредством информационных технологий.

Теоретическую основу исследования составили труды в области теории гражданского и предпринимательского права российских ученых таких как: Брагин Н.М., Карев Я.А., Косарева А.С., Губин Е.П., Лахно П.Г., Савельев А.И., А.А. Иванов А.А., Молотников А.Е., Архипов Е.В. и др.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, включающих пять параграфов, заключения, списка литературы.

Первая глава «Информационные технологии в развитии электронной коммерции» посвящена информационным технологиям в развитии электронной коммерции. В ней рассмотрены основания заключения сделок в электронной форме, что способствует развитию и укреплению электронной коммерции и является ее неотъемлемым признаком.

Здесь же проанализированы различные точки зрения на понятие, категории и виды электронной коммерции с учетом российского и

зарубежного законодательства. В рамках данной главы был выявлен ряд проблем законодательного регулирования электронной коммерции.

К такой проблеме относится отсутствие определения «электронная коммерция». В Российской Федерации в отличие от законодательства зарубежных стран отсутствует легальное определение «электронная коммерция», что порождает большое количество споров в научной среде касательно подходов его определения.

В ходе исследования установлено, что электронная коммерция является предпринимательской и иной не запрещенной законом деятельностью, а не экономической деятельностью (так как это понятие является более широким), и не коммерческой деятельностью, так как это понятие не затрагивает иные отношения с участием субъектов данных отношений.

Помимо этого, выявлено, что основой электронной коммерции являются любые сделки, в том числе непоименованные в ГК РФ и смешанные договоры, не противоречащие закону.

Установлено, что для взаимодействия между субъектами электронной коммерции необходимо подключение к сети, поэтому в определение электронной коммерции необходимо указать на сеть Интернет.

Электронную коммерцию можно отнести к правовым отношениям. Данные отношения обладают рядом признаков: возникают вследствие воздействия норм законодательства на поведение людей, обусловлены волей участников, имеют субъективные права и юридические обязанности, охраняются силой государства. Кроме того, отношения в сфере электронной коммерции структурно представляют собой субъекты, объект, содержание.

Проведя анализ различных подходов в определении понятия электронной коммерции выделены ее основные признаки:

- Это предпринимательская и иная не запрещённая законом деятельность;
- Основным элементом электронной коммерции — это сделки;

- Электронная коммерция осуществляется посредством информационно телекоммуникационной сети;

- Отношения в электронной коммерции урегулированы правом

Исходя из анализа доктринальных подходов было выведено следующее понятие электронной коммерции – это отношения, возникающие в связи с совершением сделок посредством информационно телекоммуникационной сети Интернет, связанные с предпринимательской и иной не запрещенной законом деятельностью.

В настоящее время отсутствует единый правовой акт в сфере электронной коммерции в законодательстве РФ. В процессе исследования были выявлены признаки правового регулирования рынка электронной коммерции в законодательстве зарубежных стран и в России и проведен сравнительно правовой анализ.

Правовое регулирование электронной коммерции в мире является следующим:

- все нормы распределены по существующим законам, включая законы, связанные с совершением электронных сделок, защитой прав потребителей, установлением ответственности (США, Россия и др.);

- наличие единого закона по электронной коммерции, который регулирует круг отношений, охватываемых электронной коммерцией, принципы деятельности онлайн-площадок, их ответственность, совершение электронных сделок и использование электронной подписи, а остальные нормы (например, о защите конкуренции, о защите прав потребителей) распределены по отраслевым актам (Канада, Китай, ЕС);

- регулирование электронной коммерции в рамках актов о торговой деятельности (Белоруссия, Индия);

- наличие не отдельного правового акта об электронной коммерции, а акта, регулирующего защиту прав потребителя в электронной коммерции (Южная Корея);

- наличие отдельных законов, регулирующих электронную коммерцию, в том числе отраслевых актов рекомендательного характера (мягкого права), которые разъясняют применение существующего законодательства (Австралия, Дания).

В России все нормы, регулирующие электронную коммерцию, распределены по различным нормативным актам, что создаёт значительные трудности для правоприменительной практики в выстраивании слаженных и эффективных отношений между субъектами электронной коммерции.

Данные нормы не учитывают специфики и индивидуальности различных категорий субъектов электронной коммерции, а для них однообразные упрощенно-обобщенные требования и тем самым не в полной степени соответствует современным реалиям.

Вторая глава «Агрегаторы как новые субъекты правовых отношений в свете электронной коммерции» посвящена электронным посредникам как новым субъектам правовых отношений в свете электронной коммерции. В ней исследовано определение агрегаторов электронной коммерции, выявлены недостатки правового регулирования их деятельности, а также установлены проблемы их правосубъектности.

Были выявлены признаки агрегатора:

- Наличие предложения об ознакомлении с товарами (услугами) продавцов.
- Наличие функции по приобретению товара (услуги).
- Наличие возможности внести предоплату за определенный товар (услугу) агрегатору.

При отсутствии одного из указанных признаков Закон «О защите прав потребителей» применению не подлежит.

В соответствии с преамбулой «Закона о защите прав потребителей», агрегатор – это организация или индивидуальный предприниматель, предоставляющая потребителям информацию о товаре (услуге), позволяющая потребителю заключить договор купли-продажи с продавцом,

принимающая предварительную оплату этого товара (услуги) и являющееся владельцами агрегатора (программы или сайта)².

Данное определение, указанное в Законе «О защите прав потребителей», является единым, стандартизированным понятием, которое должно применяться ко всем моделям указанного субъекта, что не является верным решением по следующим причинам:

- Одна и та же организация может быть одновременно и агрегатором информации о товарах (услугах) и продавцом (исполнителем), что приводит к смешиванию понятий агрегатора и продавца (исполнителя) в представлении потребителей.

- Одни и те же требования установлены и для владельцев агрегаторов информации об услугах, и для владельцев агрегаторов информации о товарах, тогда как особенности объекта электронной коммерции (услуги или товары) требуют совершенно разного уровня вовлеченности владельца агрегатора во взаимодействия и с потребителем, и с другими участниками рынка.

- Различные правоотношения агрегатора с продавцом и потребителем, где агрегатор, в зависимости от модели ведения бизнеса может выступать и в качестве продавца, агента, комиссионера, информационного посредника и т.д., что требует соответствующего различия в наборе прав, обязанностей и ответственности агрегатора в зависимости от выполняемых функций.

Регулирование деятельности агрегаторов законодателем через «Закон о защите прав потребителей», с нашей точки зрения, является ошибочным так как данный нормативный акт регулирует отношения между агрегаторами и потребителями, при этом, не затрагивая юридических лиц, которые нуждаются в четком законодательном регулировании их отношений с участием этого субъекта.

²О защите прав потребителей. Федеральный закон от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 11.06.2021) // СЗ РФ. 1996. N 3. ст. 140.

Существует проблема ограниченной ответственности агрегаторов. Нормы об их ответственности, содержащиеся в Законе о защите прав потребителей ограничивают ответственность если продавец разместил информацию о товаре лично и при этом агрегатор не вносил изменения в эту информацию. Указанная норма исключает ответственность электронного посредника и ограничивает потребителей на получение достоверных сведений о товарах и услугах продавца, способствуя нарушению их прав и законных интересов на получение достоверной информации о товарах и услугах.

Отсутствие разграничения, связанного с правовым статусом участников как между отдельными моделями агрегаторов, так и между агрегаторами и продавцами приводит к тому, что в представлении потребителя различные модели агрегаторов и продавцов, которые размещают на них информацию о товарах (услугах) смешиваются в одно понятие и потребитель не может отличить, с кем он вступил в правоотношения: с продавцом или с агрегатором.

Было установлено, что в правоприменительной практике при квалификации отношений между агрегаторами и иными лицами в основном используются следующие договорные конструкции:

- Модель представительства. Данная конструкция осуществляется посредством договоров поручения или агентского договора, как с потребителями, так и с продавцами. Двухсторонняя модель представительства возможна только при наличии двух контрагентов, являющихся предпринимателями. Поэтому под агентской моделью в рамках действующего законодательства стоит понимать смешанную модель, при которой агентский договор существует между агрегатором и потребителем/продавцом.

Также данная позиция находит свое отражение в судебных актах где суды при определении природы агрегатора указывают на ее агентский характер.

- Модель комиссии. Данный комисси не является востребованным так как создает риски повышенной ответственности агрегатора – комиссионера, а также в связи с тем, что в соответствии с п. 1 ст. 990 ГК РФ комиссионер совершает сделку от своего имени, что в случае с агрегатором является невозможным, так как агрегатор не в состоянии самостоятельно исполнить сделку, например, договор перевозки.

Данная модель используется, когда агрегаторы обязуется по поручению продавцов за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет продавца.

- Модель передачи товаров, выполнения работ, оказания услуг. В данной договорной конструкции каждый ее участник будет выполнять определенную функцию, указанную в договоре.

При данной конструкции возможно построения длинных экономических цепочек, но при этом повышается объем издержек, связанных с большим количество транзакций и агрегаторы возлагают на себя реальные обязательства по передаче товаров. Данная договорная конструкция не является востребованной так как агрегатору гораздо выгоднее выступать в качестве информационного посредника, не принимая на себя дополнительные обязанности и риски, связанные с исполнением договора.

- Смешанная модель. Данная модель позволяет заключать смешанный договор, предусматривающий услуги, не свойственные обычным договорам. В такой модели, возможно совмещение ранее указанных конструкций, например, совмещение модели оказания услуг и договора о предоставлении посреднических услуг. Это было подтверждено судебной практикой рассмотрения споров об основных и дополнительных видах деятельности агрегаторов³.

³ Решение Первомайского районного суда города Омска по делу №2-2685/2018 от 28.11.2018. [Электронный ресурс] URL: https://pervomaycourt--oms.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&srv_num=1&name_op=r&delo_id=1540005&case_type=0&new=0&_token=91b6c8fe-58ca-40ae-b2af- (дата обращения 02.04.2022).

- Модель уникальной правовой конструкции⁴.

Здесь происходит выделение агрегатора, как особого участника гражданского оборота, со специальным законодательным регулированием. Данная модель существует в Законе «О защите прав потребителей», но не имеет индивидуального подхода к существующим моделям агрегаторов и не позволяет в полной мере отразить полноту данных отношений. С появлением законодательного закрепления агрегаторов суды стараются придерживаться именно этой модели.

Еще одной существенной проблемой является отсутствие правового регулирования пользовательских соглашений. Данное правовое упущение привело к произвольному установлению неравнозначных условий агрегаторами в своих пользовательских соглашениях как с пользователями-потребителями, так и с бизнес-пользователями.

Заключение. Для усовершенствования законодательства РФ предложены следующие решения выявленных проблем:

- Создание единого, кодифицированного нормативно-правового акта, регулирующего сферу электронной коммерции.
- Перенять зарубежный опыт регулирования отношений в сфере электронной коммерции в частности по примеру Китая с разработкой единого закона по электронной коммерции с обозначением индивидуальных особенностей правового статуса различных субъектов данных отношений.
- Закрепить понятие интернет-агрегатора в ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», а ответственность агрегатора устанавливать в отраслевом законодательстве, с учетом специфики соответствующих отношений.
- Внести изменения в «Закон о защите прав потребителей», касающиеся ответственности агрегаторов и включить в него дополнительную их ответственность за проверку информации о предлагаемых к продаже продавцами товарах (услугах).

⁴Иванов А.А. Бизнес-агрегаторы и право // Журнал Закон. М., 2017. № 5. С.145-147.

- Законодательное разграничение агрегаторов на виды по роду деятельности. Предложено выделить следующие виды агрегаторов:

- А. Агрегаторы информации о товарах.

- Б. Агрегаторы информации об услугах (работах).

- В. Смешанная модель «агрегатор – продавец».

- Г. Агрегаторы предложений от физлиц.

- Разработать перечень недопустимых, несправедливых, нарушающих права пользователя возможных условий пользовательских соглашений и установить минимальные гарантии их прав. В частности, предлагается признавать ничтожными условия об изменении в одностороннем порядке пользовательских соглашений.

Данное правовое упущение привело к произвольному установлению неравнозначных условий агрегаторами в своих пользовательских соглашениях, как с пользователями-потребителями, так и с бизнес-пользователями.

Учитывая выявленные проблемы стоит отметить, что невзирая на значительную популярность электронной коммерции в России, правовое регулирования данной сферы требует серьезных комплексных изменений и регулирования деятельности отдельных ее субъектов. Необходимо перенимать позитивный опыт зарубежных стран и адаптировать его под наши реалии, чтобы наша экономика оставалась конкурентоспособной и отвечала новым поступающим вызовам современности.